

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, L., Ujanto, & Yousida, I. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan E-Wallet dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna E-Wallet di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Aisyah, M., & Ardiningsing, T. A. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking: Peran Pemediasi Persepsi Kegunaan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 92–105.
- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269–283.
- Andriyati, S., Hidayah, N., & Rismayani, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bsi Mobile Banking. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 139–159.
- Antonov, M. P. I., Hassan, F. Z., & Nurisnaini, N. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(2), 189–198.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. <https://doi.org/10.31604/jips.v8i5.2021.1370-1379>
- APJII. (2024). Survei Internet APJII 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://survei.apjii.or.id/>
- Ariwati, J. D., & Aminah, S. (2023). The influence of service quality and perceived ease of shopping at Shopee on the intention to use Shopee Paylater. *International Journal of Economics*, 2(2), 312–320.
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–132.

- Aulia, R. N., Harto, B., Reniawaty, D., Hermawan, I., & Pramuditha, P. (2023). Trend Penggunaan BCA Mobile Banking Dalam Praktik Cashless Payment Lifestyle. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 9(1), 254–262.
- Azzahra, D., & Nurjaman, A. R. (2023). Karakteristik Anak SD pada Teknologi dalam Pepspektif Islam. *Journal of Education Research*, 4(2), 556–562.
- Baso, M. I. H. M., & Daryanti, D. (2022). Penerapan E-Commerce Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Bagi Umkm Di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 355–365.
- Berlianne, J. R., Koswara, J. S., Handayani, R., Fachrizal, F. A., & Hidayah, R. T. (2020). Mobile Service Quality, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use to Improve Customer Satisfaction (Study on BCA Mobile Application Users). *Solid State Technology*, 64(5), 2723–2732. www.solidstatetechnology.us
- CNBC Indonesia. (2024, Juli 4). Kiamat ATM di depan mata, ini 5 digital banking pilihan warga RI. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240704135559-37-551780/kiamat-atm-di-depan-mata-ini-5-digital-banking-pilihan-warga-ri#>:
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 2(2), 1–16.
- Dewi, K. M., & Ariana, I. K. A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank BPD Bali Cabang Tohpati. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(4).
- Fauzi, M. E., Zakiansyah, M., Al Ariiq, D. T., & Sutabri, T. (2023). Transformasi teknologi digital di bidang perbankan. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(8), 91–100.
- Ferdiansyah, F., & Sudarso, A. P. (2024). The Influence of Service Quality and Brand Trust on Brand Image and Its Implications on Panin Bank Customer Loyalty in the Use of Mobile Banking. *Economic and Business Horizon*, 3(2), 11–24.
- GoodStats. (2024, Juli 3). 5 brand perbankan terkuat di dunia, BCA di urutan pertama. <https://goodstats.id/article/5-brand-perbankan-terkuat-di-dunia-bca-di-urutan-pertama-BevgG>

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. www.cengage.com/highered
- Hantono, H., Tjong, W., & Jony, J. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Intention To Use Dengan Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1815–1830.
- Harahap, Z., Leonandri, D., & Julvitra, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di 71st Omakase Restoran, Cikajang Jakarta. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 8(2), 120–131. <https://doi.org/10.36983/japm.v8i2.93>
- Harefa, M. A. D., & Aquinia, A. (2024). Pengaruh E-Service Quality, Bank Image, dan Ease of Use Aplikasi Mobile Banking terhadap Customer Satisfaction Mobile Banking BCA (Studi Kasus BCA Purwokerto). *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 438-448.
- Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021). Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(1), 1–10.
- Haryono, S. (2016). Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS. PT Intermedia Personalia Utama, Jakarta.
- Hasanah, U., Rusydi, M., Maulana, C. Z., Maftukhatushalikhah, M., & Azwari, P. C. (2021). Penggunaan digital payment syariah pada masyarakat di kota Palembang: Pendekatan teori Technology Acceptance Model (TAM) pada layanan syariah LinkAja. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 93-107.
- INDEF. (2024). Sektor ekonomi digital: Tren dan kebijakan strategis Indonesia 2024. Institute for Development of Economics and Finance. <https://indef.or.id/wp-content/uploads/2024/01/Sektor-Ekonomi-Digital.pdf>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indrati, A., & Saputra, B. (2023). Analisis Usability Layanan Bca Mobile Banking Berdasarkan Persepsi Pengguna Menggunakan Heuristic Evaluation. *Jurnal Ilmiah Teknik*, 2(1), 35–42.
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan

- Pembayaran Menggunakan Qris. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Kamarudin, J., Nursiah, N., & Novianti, M. (2022). Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju). *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 11–18.
- Khadijah, A., Dhamara, W., & Wijaya, H. (2023). Analisis strategi pemasaran kerupuk mawar di UMKM Citra dengan metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Intent: Jurnal Industri Dan Teknologi Terpadu*, 6(2), 60–73.
- Khoiriyah, S. U., Zulkarnaeni, A. S., & Halim, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan Financial Technology pada Aplikasi Dana. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 9(1), 70–79. <https://doi.org/10.38204/jrak.v9i1.950>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lovitasari, S. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca Di Kota Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan*, 8(1), E09–E09.
- Maninggar, F. R., & Yuniningsih, Y. (2023). Analysis of Financial Behavior on Peer To Peer Lending Application in Measuring Transaction Intention of Millennials Generation in Sidoarjo. *International Journal of Business Marketing and Management*, 8(1), 61–69.
- Mardhiyah, N. S., Rusydi, M., & Azwari, P. C. (2021). Analisis technology acceptance model (TAM) terhadap penggunaan aplikasi gojek pada mahasiswa di kota Palembang. *Esensi J. Bisnis Dan Manaj*, 10(2), 173–180.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 200–210. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- MM, L. S. S. E., Muhamad, L. F., MM, M. P., Korosando, F., Nurkomariyah, S., S ST, M. M., Mutiasari, A. I., Andayani, S. U., Sos, S., & CA, N. S. E. M. M. A. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Cendikia Mulia Mandiri.

- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan industri perbankan di era digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (1st Edition). Kencana.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212. [http: pasca-umi.ac.id/index.php/tata](http://pasca-umi.ac.id/index.php/tata)
- Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(1), 22–37.
- Novitasari, C. A., Manggabarani, A. S., & Astuti, M. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank BCA. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 19(2), 55–66.
- Panjaitan, E. I. E. br., Darma, J., Kholis, A., Siregar, T. R. S., & Hidayat, T. (2025). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Layanan dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(1), 518–528.
- Prasetyo, A., Rahmawati, L. S., Maknunah, J., & Safitri, L. M. (2023). Sistem Informasi Pemasaran Perumahan Green Pakis Regency Berbasis Web. *Jurnal Informatika Dan Teknologi Pendidikan*, 3(1), 29–39.
- Pratama, A., Wulandari, S. Z., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis technology acceptance model (tam) pada penggunaan aplikasi pln daily (studi empiris pada pegawai pln up3 tegal). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 355–368.
- Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan serta Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151–170.
- Putra, D. N. G., & Raharjo, S. T. (2022). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi

- pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Rachman, A., & Hidayat, R. (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Indonesia. *Modus*, 36(2), 143-159.
- Rahayu, Y. P., & Widiati, E. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi M-Bca Terhadap Kepuasan Nasabah Pembukaan Rekening Online. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 35(1), 29-42.
- Rahmi, P. P., Aryanti, A. N., & Aziz, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 710–722.
- Ronny, R., Ilfitriah, A. M., & Nurhadi, M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Electronic Banking. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 389–406.
- Safari, A., & Riyanti, A. (2024a). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- Saniyyah, Purwanto, S., & Hariyana, N. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna DANA di Surabaya. *Jurnal Kajian Riset Multisiplin*, 8(6).
- Santoso, S., Sitanggang, I. A., & Melisa, G. (2022). Perancangan Perancangan Website E-Commerce Ineed. Id. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(1), 19–23.
- Saputra, A. M. A., Kharisma, L. P. I., Rizal, A. A., Burhan, M. I., & Purnawati, N. W. (2023). *Teknologi Informasi: Peranan TI dalam berbagai bidang* (Vol. 1). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Setiabudhi, H., Suwono, S., Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2024). Analisis data kuantitatif dengan SmartPLS 4. Borneo Novelty Publishing, Balikpapan.
- Setiawan, D., & Nugroho, A. (2023). Factors influencing patient loyalty in healthcare services: Evidence from Indonesian clinics. *Journal of Healthcare Management*, 40(2), 115-123.

- Setyariningsih, E., & Utami, B. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Merebut Pangsa Pasar Pada Cv. Tri Mukti Mojokerto. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(7), 2742–2757.
- Sholikhah, I. N., Nurhayati, N., & Rahmani, A. N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna M-Banking BCA. *Jurnal Riset Akuntansi*, 49-54.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd edition). Alfabeta.
- Susanti, A. (2022). Pengaruh bauran pemasaran (7P) terhadap kepuasan pelanggan pada salon Murti Jepara. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 9(2), 437–451.
- Susila, N. S. A., Putra, K. E. S., & Khalik, I. (2023). Pengaruh citra merek dan kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Mobile Banking BCA. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).
- Syahrildan, M., Saputri, A., Amelia, M., & Putri, A. R. (2024). ARTIKEL REVIEW JURNAL FINTECH. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 8(7).
- Tambunan, M., & Aziza, N. (2024). Pengaruh Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1491–1498.
- Terbitan, A., APC, B. P., Jurnal, J., & Jurnal, T. R. (2022). *Penggunaan Media Sosial Dalam Pengembangan Pemasaran dan Strategi Promosi Pada Usaha Menengah di Kota Pangkalpinang Article Sidebar*.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., Andreani, F., & Program, H. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744.pemasaran.18.1.1-14>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (4th Edition). Penerbit ANDI.

- Top Brand Award. (2025). Komparasi brand: Mobile Banking. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=14&id_subkategori=227&tahun_awal=2021&tahun_akhir=2025
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51–62.
- Tsaqib, N., Azalia, K., Kalila, R. D., Syahputra, R. A., & Ariyanti, T. (2024). The Influence Of Service Quality, Perceived Ease Of Use, And Trust On Customer Satisfaction In Using The Bca Mobile Banking Application. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(12), 2581–2594.
- Utama, A. N. B., Fitriani, R., Firdaus, D., Arief, Z., & Vandika, A. Y. (2024). Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 2687–2699.
- Veonnita, R., & Rojuaniah, R. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas melalui kepercayaan nasabah pengguna mobile banking BCA. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 68–78.
- Vintiani, S., & Indah, Z. Y. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi Dana. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 3(4), 312–320. <https://doi.org/10.60036/jbm.v3i4.art1>
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (1st Edition). CV. Seribu Bintang. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Wijaya, F. M. (2023). Evaluasi Mobile Banking Adoption Intention di BCA dan Variabel-Variabel yang Mendukung Use Behavior. *BALANCE: Economic, Business, Management, and Accounting Journal*, 20(1), 86–100.
- Yunita, M., Sari, R. P., & Nursa'adah, D. D. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Dikalangan Mahasiswa. *Smart GOALS Jurnal Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(1), 32–47.